

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA
COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del

título de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**LA PERCEPCIÓN COMUNICACIONAL EN EL VOTO FACULTATIVO EN
LOS JÓVENES DE 16 AÑOS DEL COLEGIO MEJÍA DE LA CIUDAD DE
QUITO.**

AUTOR:

ANDRÉS SOLÍS MACANCHY

DIRECTOR:

GABRIEL LEONARDO OGAZ ARCE

Quito, mayo, 2015

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, mayo 2015

Andrés Solís Macanchy

1716603467

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo es producto del aporte y colaboración de varias personas, quienes contribuyeron desde sus saberes y sentires y a quienes les quedo profundamente agradecido.

Quiero agradecer de manera especial a Leonardo Ogaz, a quien considero un amigo y quien me ha acompañado durante este proceso, y dotado de todos los insumos para que este trabajo sea un hecho.

Agradezco al Dr. Jorge Andrade Villacrés, Rector del Colegio Mejía de la ciudad de Quito, quien nos abrió las puertas de la institución, y brindó todo el apoyo para la construcción de este trabajo.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a quienes me han acompañado a lo largo de la vida y han compartido sus conocimientos, los mismos que me han permitido crecer tanto personal como profesionalmente.

A mi madre quien ha sido mi guía y ejemplo de vida, a mi abuelita por ser esa fuente de sabiduría, amor y perseverancia.

A mi hija por ser el motor que mueve mi vida, y me inspira a superarme y ser mejor cada día.

A mi esposa por acompañarme en los buenos y malos momentos.

A mis hermanos con quienes he aprendido a caminar y compartir.

Finalmente quiero agradecer a todos quienes me han aconsejado y transmitido sus enseñanzas, a lo largo de todo este proceso.

Este trabajo ha sido posible gracias al esfuerzo y sacrificio de mi familia quienes han estado junto a mí durante este largo trajinar

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1.....	2
COMUNICACIÓN, MEDIOS Y PERCEPCIÓN	
1.- Comunicación	3
1.1.- Diferentes concepciones de comunicación	5
1.1.1.- Funcionalismo	5
1.1.2.- Estructuralismo	7
1.1.3.- Teoría Crítica	8
1.1.4.- Teoría de la Acción Comunicativa	10
1.2.- Comunicación y Política	12
1.3.- Comunicación política	14
1.4.- Medios de Comunicación e Influencia mediática	16
1.5.- Percepción	18
1.6.- Psicología Social	19
1.7.- Percepción Política	20
1.8.- La percepción como interaccionismo simbólico	21
CAPÍTULO 2.....	23
ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO	
2.- Política	23
2.1.- Estado	24
2.2 Derecho	25
2.3.- Democracia	27
2.4.- Participación Ciudadana	29
2.5.- Voto Facultativo	31
CAPÍTULO	33
ANÁLISIS Y RESULTADOS	
3.- Metodología y diseño de la encuesta	33
3.1.- Resultados de la Encuesta.....	34
3.2.- Interpretación General	40
CONCLUSIONES	42
RECOMENDACIONES	44
LISTA DE REFERENCIAS	45

RESUMEN

El presente trabajo busca analizar el comportamiento de los jóvenes de 16 años de edad con respecto al voto facultativo, a la participación crítica, consciente e informada en los procesos de toma de decisión y el rol que los medios de comunicación cumplen en este aspecto dentro de la sociedad.

Partimos definiendo un concepto tan complejo como es el de comunicación; abordamos este concepto desde diversas corrientes teóricas, como son las escuelas de comunicación y; como estas aportan en la construcción de tan complejo fenómeno.

Se concibe la relación que existe alrededor de la comunicación y la política, y el surgimiento de este reciente concepto; el rol que juegan los medios de comunicación y la influencia que ejercen dentro de las sociedades.

Es necesario comprender el concepto de percepción, concepto que esta articulado tanto a la comunicación, a los medios de comunicación y la política.

En la segunda parte de este documento se describen varios conceptos los mismos que nos permiten de manera breve comprender algunas nociones relacionadas con la constitución del Estado, los modos de organización que se dan dentro de un territorio, las normas que regulan las relaciones sociales, y los derechos que los ciudadanos poseen y han adquirido para la construcción y constitución del mismo.

La tercera parte de este documento es la construcción y la aplicación de una encuesta, realizada a las y los estudiantes del Colegio Mejía de la ciudad de Quito; la misma que nos permite tener una mayor y mejor referencia sobre el tema en cuestión.

En la última parte de este documento se establecen las conclusiones y recomendaciones con el objetivo de generar un aporte crítico, los mismos que servirán de insumo para posteriores trabajos e investigaciones.

ABSTRACT

The following study aims to analyze the behavior from young 16 years old people regarding the facultative vote, the critical, conscious and informed participation in the decision-making processes and the role of the media in the society.

We begin by defining a complex concept, which is communication; this concept is approached from different theoretical frameworks, how schools of communication are, and how these contribute to the construction of such a complex phenomenon.

The relationship that exists around the communication and policy is conceived and the emergence of such a new concept such as political communication, the role played by media and the influence exerted in societies.

Another key concept for the construction of this document is perception. This concept is articulated with the ones previously mentioned.

The second part of this study describes various concepts that allow us, to briefly comprehend several concepts related to the constitution of a state, the modes of organization of the state, the norms that regulate the social relations within a state and the rights that citizens have and have acquired for the construction of the state

The third par of the document is the construction and application of an enquiry. This allows us to have a bigger and better reference on the subject matter

The last part establishes the conclusions and recommendations in order to generate a critical contribution, the same that serve as input for further work and research.

INTRODUCCIÓN

Para toda sociedad que se considere democrática resulta de gran importancia conocer y comprender el comportamiento de los jóvenes en torno al ejercicio de sus derechos y en este caso específico, el derecho a elegir y ser elegidos, principio plasmado en el marco constitucional de la República del Ecuador.

Haciendo una retrospectiva a la historia de nuestro país, podemos evidenciar y señalar, que tanto las mujeres como los jóvenes han sido relegados de la participación ciudadana, pública, política, y al libre ejercicio de sus derechos.

Es por esta causa que resulta importante percibir los niveles de participación y el interés de los jóvenes en los procesos públicos y políticos del país, es indispensable poder aproximarse a este hecho, además de entender cómo los jóvenes están percibiendo, leyendo, analizando, interpretando los hechos sociales y específicamente los acontecimientos políticos que se suscitan en el país.

En tiempo de contienda electoral los jóvenes tienen más contacto con quienes buscan llegar al poder; estos son bombardeados, por un sin número de mensajes propagandísticos, publicitarios, y es a raíz de esto que es necesario analizar cómo los jóvenes están construyendo sus criterios para participar en los asuntos políticos de manera crítica y consiente.

El objetivo general de esta investigación es determinar la percepción comunicacional sobre el voto facultativo, que tienen los jóvenes de dieciséis años de edad.

Lo que se pretende con este trabajo es investigar el nivel de compromiso, conocimiento e interés; de los jóvenes sobre temas: como la política, el voto facultativo, los niveles de involucramiento en cuestiones políticas; la lectura que realizan y como entienden a los medios de comunicación, el rol que estos juegan para la construcción de un sentido político, y conocer el nivel de incidencia que tienen los medios de comunicación en los jóvenes, con respecto a temas específicamente políticos y su incidencia para la toma de decisión.

Este estudio se llevará a cabo dentro del Distrito Metropolitano de Quito, y específicamente se lo desarrollará en las instalaciones del Colegio Mejía de esta ciudad; con la colaboración del estudiantado de esta institución educativa, esto nos permite definir de mejor manera el objeto de estudio.

En un primer momento; hemos realizado una revisión bibliográfica la misma que nos permite investigar, las respectivas corrientes de pensamiento y teóricas de la comunicación, para profundizar cómo funcionan los sistemas de comunicación en el Ecuador, esto analizado desde las teorías de la comunicación.

En la segunda parte del trabajo hemos logrado definir varios términos usados dentro del campo de la política, esto con el objetivo de generar un entendimiento más profundo de las dinámicas que se llevan alrededor de la política, y específicamente en el Ecuador.

Para ser lo más precisos posible, se ha realizado una encuesta, la misma que se aplicó a nuestro público objetivo, y la misma que permitió levantar información acerca del conocimiento de los jóvenes sobre el tema concerniente a nuestro trabajo, y de esta manera profundizar y comprender las dinámicas participativas de los jóvenes dentro de los procesos de toma de decisión.

Los resultados de esta encuesta permiten conocer con mayor rigor la situación de los jóvenes con respecto a la política, a los medios de comunicación y como perciben estos dos elementos para la construcción de una participación política crítica, reflexiva y consiente.

CAPÍTULO 1

Comunicación, Medios y Percepción

1.- Comunicación

Entender un fenómeno tan complejo como el de la comunicación, requiere de un análisis minucioso y profundo, que se lo debe realizar en toda su dimensión.

A lo largo de la historia los seres humanos nos hemos visto en la necesidad de comunicarse con sus semejantes, razón por lo cual es indispensable partir entendiendo la definición del concepto y como éste ha ido evolucionando con el devenir del tiempo. “La comunicación ha jugado un papel determinante en el desarrollo de la humanidad, y mucho más en la época presente, que se podría llamar la “era de las comunicaciones” (Niño, 2003, p. 2).

El objetivo de entender la definición de este concepto es concebir como el ser humano se relaciona con sus semejantes y con su entorno a través o por medio de la comunicación.

Parto de la premisa de que sin comunicación el mundo sería un caos. Desde sus orígenes, el ser humano ha buscado formas de comunicarse con sus semejantes a través de diversos métodos (la pintura rupestre por ejemplo), y por naturaleza el ser humano se ha visto en la necesidad de comunicarse con su entorno y sus semejantes.

La comunicación es un fenómeno “natural”, “cultural” y “creativo”, en orden creciente de importancia. “Estos tres niveles de pertinencia corresponden a los niveles de implicación del hombre en el universo de los objetos, de las relaciones interindividuales y de los órdenes sociopolíticos” (E, Maigret, 2005, p.14, 15)

La comunicación es ese medio que permite la convergencia de los seres humanos dentro de un espacio para lograr el entendimiento.

Ahora bien, el concepto de comunicación no es un concepto nuevo, hay que remontarse a la historia para comprender como aparece este fenómeno, y para esto parto de la definición planteada por el siguiente autor.

La aparición de seres comunicantes es un extraordinario resultado evolutivo. Extraordinario, porque la capacidad de comunicar nunca hubiese sido posible sin una sucesión de transformaciones previas del organismo y de los comportamientos, que no eran en absoluto inevitable. Extraordinario, porque ha transformado la historia natural orientando la evolución hacia nuevos derroteros. (Serrano, 2007, p. 7)

Para que existan o se den estos procesos de comunicación, se comprende que debe haber un emisor o un sujeto que emita estímulos a través de un medio o canal y otro sujeto que codifique y reciba los mismos. “Laswell establece que el acto de comunicación entre dos personas sucede cuando estas se entienden del mismo modo” (Proaño, 1989, p. 107). Esto quiere decir, que los sujetos involucrados deben manejar el mismo lenguaje.

Dentro de la sociedad el ser humano se maneja a través de signos, símbolos, códigos, etc; los cuales usa para comunicar algo de su entorno, es una manera de comunicarse con sus semejantes. “La comunicación es un proceso social en el que los individuos utilizan símbolos para establecer e interpretar el significado de su entorno” (West & Turner, 2005, p.4). La comunicación es un proceso de construcción social que implica la intervención de las personas.

Para entender con mayor rigurosidad el concepto y todo lo que implica, debemos entender que la comunicación es un proceso permanente, y el ser humano está inmerso en el. Según Watzlawick, no se puede no comunicar, todo acto o comportamiento comunica.

Ahora bien si se acepta que toda conducta en una situación de interacción tiene un valor de mensaje, es decir, es comunicación, se deduce que por mucho que lo intente, no puede dejar de comunicar. Actividad inactividad, palabras o silencios, tienen siempre valor de

mensaje: influyen sobre los demás, quienes, a su vez, no pueden dejar de responder a tales comunicaciones y por ende, también comunican (Watzlawick, 1985, p. 50)

Para finalizar la comunicación es ese entramado complejo que comprende, la interacción de los sujetos en un determinado espacio, además como ese proceso de intercambio de información, a través de signos, símbolos, códigos por medio del uso de los lenguajes, que permite el entendimiento con los sujetos y, que sirve para la construcción y constitución de una sociedad.

La comunicación, según Robert E. Park, es un proceso o forma de interacción que es interpersonal, social en un estrecho sentido. El proceso se completa solo cuando resulta en alguna forma de entendimiento. En otras palabras, nunca es un mero caso de estímulo y respuesta en el sentido en el que estos términos son usados en la psicología individual. Es más bien expresión, interpretación y respuesta (Proaño, 1989, p.107)

1.1.- Diferentes concepciones de comunicación:

1.1.1.- Funcionalismo:

La teoría funcionalista de la comunicación nace en Inglaterra y se desarrolló a fondo en Estados Unidos, con la Escuela de Chicago; esta teoría tiene un corte u enfoque empirista y el trabajo de campo como su especialidad.

La Teoría Funcionalista de la comunicación concibe a la sociedad como un organismo de sistemas integrales, en donde si se afecta una parte, se perturba todo. El sistemismo y el funcionalismo comparten por tanto un mismo concepto fundamental: el de función, que denota, la primacía del todo sobre las partes” (Mattelart, 1997, p. 44).

Dentro de la corriente funcionalista, los medios de comunicación de masas siempre tienen una intención, la de persuadir o influenciar al receptor: esta teoría concibe a la sociedad como un blanco amorfo. “Se considera a la audiencia como un

blanco amorfo que obedece ciegamente al esquema estímulo-respuesta” (Mattelart, 1997, p. 28)

La teoría funcionalista, considera a los medios de comunicación como omnipotentes.

Los medios de comunicación han aparecido como instrumentos indispensables para la “gestión gubernamental de las opiniones”, tanto las de las poblaciones aliadas como las de sus enemigos, y, de forma general, han avanzado considerablemente las técnicas de comunicación, desde el telégrafo y el teléfono al cine, pasando por la radiocomunicación (Mattelart, 1997, p. 28)

Se puede constatar la vulnerabilidad de los seres humanos y la efectividad de los medios de comunicación de masas, con el siguiente ejemplo: “La guerra de los mundos” de Orson Wells; el mismo que permite constatar la influencia que generan los medios de comunicación dentro de la sociedad.

Uno de los pensadores pioneros de la teoría funcionalista de la comunicación es Harold Laswell (1948); quien centralmente en sus trabajos plantea y reafirma esta condición de los medios de comunicación de masas, como omnipotentes, con una capacidad persuasora y de influencia, con poder de modificar los comportamientos, emociones, pensamientos, actos, etc. en las audiencias.

Básicamente para Laswell (1948) quien plantea la siguiente pregunta ¿Quién dice qué porque canal a quién y con qué efecto? ; dentro de la teoría funcionalista, el resalta dos como las más importantes, ¿Con qué efectos?, la cual busca entender que efectos generan los medios de comunicación en la sociedad;

La observación de los efectos de los medios de comunicación en los receptores, la evaluación constante, con fines prácticos, de los cambios que se operan en sus conocimientos, sus comportamientos, sus actitudes, sus emociones, sus opiniones y sus actos, están sometidas a la exigencia de resultados formulada por quienes las

financian, preocupados por evaluar la eficacia de una campaña de información gubernamental, de una campaña de publicidad o de una operación de relaciones públicas de las empresas y, en el contexto de entrada en guerra, de las acciones de propaganda de los ejércitos (Mattelart, 1997, p. 30).

Y la segunda “Dice qué”, como el análisis de los contenidos emitidos desde los medios de comunicación y como los mismos actúan en el sujeto.

1.1.2.- Estructuralismo

Para entender esta corriente teórica de la comunicación; es de vital importancia definir el concepto de estructura. Por estructura se puede entender, que es el sistema o conjunto de sistemas relacionados entre sí.

Se considera al estructuralismo como un sistema de análisis de la realidad, por tanto puede ser acogido por la, Antropología, Sociología, Psicología, Economía, la Lingüística, etc.

Saussure (1916) traza el análisis del estructuralismo lingüístico, donde plantea a la lengua como institución social. “La Lingüística tiene por tarea estudiar las reglas de este sistema organizado a través de las cuales éste produce sentido” (Mattelart, 1997, p. 60). Como ya lo habíamos mencionado anteriormente, la estructura se concibe como sistema o conjunto de sistemas organizados, este pensador concibe a la lengua como un sistema organizado de signos.

Dentro de la Teoría Estructuralista confluyen los pensamientos y planteamientos de pensadores como Saussure (1916) y su idea del lenguaje como sistema de signos y las propuestas de Barthes (1964) desde la semiología como esa rama que se encarga del estudio de los signos. Elementos necesarios para el estudio del discurso emitido por los medios de comunicación.

Para el estudio del discurso de los medios de comunicación, dos de estos binomios se revelan especialmente importantes: significante-

significado y denotación-connotación. La Lengua es un sistema organizado de signos. Cada Signo presenta un doble aspecto: uno perceptible, audible: el significado; el otro, contenido en el anterior llevado por él: el significado. Entre estos dos elementos pasa la relación de significación (Mattelart, 1997, p. 60).

En la teoría estructuralista resulta imprescindible entender la propuesta de Jakobson (1963) quien hace una relación con el modelo matemático de la información reformulando está en términos lingüísticos.

Jakobson (1963) rompe con el esquema tradicional de la comunicación propuesta desde otras escuelas o corrientes y propone: “La comunicación necesita de otros elementos además de un destinador, un mensaje y un destinatario: el establecimiento de un contacto entre los hombres, la presencia de un código común (el de la lengua), la toma en consideración del contexto” (Maigret, 2003, p. 189)

El estructuralismo contó con el aporte de intelectuales que rompieron con los pensamientos formalistas, y son estos quienes decidieron abordar esta corriente desde miradas más sociales, como por ejemplo desde el marxismo. Althusser y Foucault aportan a esta teoría desde la mirada del “marxismo estructural”, Althusser enfoca más su visión y trabajo al papel de la ideología dentro de la sociedad y específicamente a la reproducción de la fuerza de trabajo, y es quien acuña el término Aparatos Ideológicos del Estado. “Estos aparatos significantes tienen la función de asegurar, garantizar y perpetuar el monopolio de la violencia simbólica” (Mattelart, 1997, p. 65). Y por otro lado está Foucault, “las tesis de Foucault permiten identificar los dispositivos de control de la comunicación-poder en su propia forma organizativa” (Mattelart, 1997, p. 67)

1.1.3.- Teoría Crítica:

El advenimiento de esta corriente surge en función de cuestionar y reflexionar los planteamientos, modelos; de otras escuelas de pensamiento.

Escuelas de pensamiento crítico van a reflexionar sobre las consecuencias del desarrollo de estos nuevos medios de producción y de transmisión cultural, negándose a creer a pies juntillas la idea de que, con estas innovaciones técnicas, la democracia sale necesariamente ganando (Mattelart, 1997, p. 51).

Esta teoría nace a mediados del siglo XIX, en el marco de la Segunda Guerra Mundial; con el objetivo de analizar la conformación de las instituciones sociales, las ideologías, y la toma de conciencia, además permite vislumbrar las relaciones de poder que se generan dentro de las dinámicas sociales, y el rol de los medios de comunicación, canales potenciales en el devenir de las sociedades.

La teoría crítica se inquieta por el devenir de la cultura y como los medios de comunicación aportan en la degradación de la cultura. Es en este sentido que se origina el término cultura de masas o industria cultural. “Ésta se origina en los violentos debates que rodean el descubrimiento intelectual de las sociedades modernas a finales del siglo XIX, la noción de masa va acompañada de la de multitud” (Maigret, 2003, p. 109).

Es en la Escuela de Frankfurt donde se constituye la Teoría Crítica, siendo esta una de las principales. Entre los pensadores más destacados de esta corriente de pensamiento están Adorno y Horkheimer quienes acuñan el término de industria cultural. “A mediados de los años cuarenta Adorno y Horkheimer crean el concepto de “industria cultural”. Analizan la producción industrializada de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía” (Mattelart, 1997, p. 54).

Fue Walter Benjamín (1933) quien planteó que con la industrialización de la cultura se rompía con la idea burguesa de la cultura, inaccesible a las masas; abriendo espacio para que estas pudieran tener acceso, a pesar de que se perdía el sentido crítico y se lo cambiaba por el disfrute, entendía que era una forma de democratizar su acceso. (Mattelart, 1997, p. 55)

Con la masificación y producción serializada en las sociedades dio paso a una degeneración cultural de la sociedad, lo que dio paso a la enajenación ideológica de los seres.

La teoría crítica permite que la sociedad reflexione sobre los procesos que se generan dentro de ésta, a diferencia de otras teorías de pensamiento de la comunicación, esta teoría se enfoca en el “Quién”, es decir genera un sujeto más crítico, con capacidad de reflexión.

En la teoría crítica los medios de comunicación están al servicio de la ideología dominante; permitiendo que se sostenga, reproduzca y no perezca.

Los medios de comunicación enajenan al sujeto, lo bombardean de información, operan a través de diversas producciones, suministrándole, entretenimiento, espectáculos, etc. bienes que operan dentro del ser como alienantes, y de esta manera le arrebatan momentos destinados para la reflexión, atomizando al ser y haciendo que pierda esa capacidad reflexiva y crítica.

1.1.4.- Teoría de la Acción Comunicativa

Habermas (1981) dentro de esta línea de pensamiento plantea reflexionar sobre la sociedad y la comunicación a partir de dos conceptos bases dentro de esta corriente: “sistemas” y “mundo de la vida”, es desde esta perspectiva que este autor pretende entender la integración y conformación de la sociedad y sus dinámicas.

Para Habermas (1981) el “mundo de la vida” está conformado por tres elementos: La cultura, la sociedad y la personalidad, esto con el objetivo de determinar cómo se van estableciendo las interacciones sociales de los sujetos y como se estructura el modo de ser de los individuos.

Para entender la acción comunicativa debemos partir comprendiendo el concepto de praxis, Habermas (1981) define como: la acción o la práctica por la cual el ser humano accede o se realiza en el mundo.

Para Habermas (1981) la acción tiene como principio fundamental la comprensión del establecimiento de normas y reglas obligatorias que se van generando dentro de las sociedades, las cuales definen formas recíprocas de conducta y han de ser entendidas y reconocidas intersubjetivamente. “La acción comunicativa como un medio a través del cual discurren los procesos de socialización o se fingen órdenes normativos” (Habermas, 1997, p. 489).

Dentro de sus planteamientos Habermas (1981) propone cuatro niveles de pretensiones de validez para que se consume un acto comunicativo en aras de entenderse entre seres humanos: inteligibilidad, verdad, veracidad y rectitud.

La acción comunicativa es esa interacción entre sujetos a través del uso del lenguaje, donde se genera una relación interpersonal con medios verbales y no verbales.

Sólo el concepto de la acción comunicativa presupone el lenguaje como un medio de entendimiento sin más abreviaturas, en que hablantes y oyentes se refieren, desde el horizonte pre-interpretado que su mundo de la vida representa, simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo, para negociar definiciones de la situación que puede ser compartidas por todos. Este concepto interpretativo de lenguaje es el que subyace a las distintas tentativas de pragmática formal (Habermas, 1997, p. 137, 138).

La estructura de la acción comunicativa según Habermas (1981) se ve más efectiva cuando existe una relación cultural, y cuando está en proceso de formación la personalidad del sujeto.

Según la teoría de la acción comunicativa para que exista entendimiento dentro de las relaciones sociales, los sujetos deberán manejarse bajo lo que Habermas (1981) planteaba como “interacción dirigida por normas”. “Al describir un proceso como interacción dirigido por normas presuponemos que los participantes distinguen los componentes fácticos de su situación de acción, es decir, los medios y las condiciones, de los derechos y deberes” (Habermas, 1997, p.491).

El concepto de acción comunicativa está dado por la capacidad de entendimiento entre sujetos capaces de lenguaje y de acción. Finalmente Habermas (1981) concibe a los medios de comunicación como canales que refuerzan y multiplican las posibilidades de comunicación.

El concepto de acción comunicativa depende por entero de la demostración de que un comunicativo, en el caso más simple la toma de postura de un oyente frente a la oferta que representa el acto de habla de un hablante, puede cumplir funciones de coordinación de la acción. (Habermas, 1997, pag. 499).

El objetivo de la acción comunicativa es llegar al entendimiento a través del uso del lenguaje.

1.2.- Comunicación y Política

Cabe partir definiendo estos dos conceptos que de una u otra forma en alguna parte del camino convergen. La comunicación como ese proceso de intercambio de signos, símbolos, cargados de significados; y la política como esa lucha constante por el poder.

Para entender como la comunicación y la política se relacionan, es necesario comprender a la política como esa lucha constante por la obtención o conquista del poder. El poder es algo que se ejerce a través o por medio de la construcción de significados en la mente del ser humano por medio de procesos de comunicación; los mismos que tienen lugar en la redes de comunicación de masas. “Las relaciones de poder se construyen en una interacción compleja entre diversas esferas de la actividad social” (Castells, 2009, p. 25).

Por lo tanto para que una persona o sujeto pueda detentar el poder político, se vale de la comunicación y especialmente de los medios de comunicación, mecanismos por los cuales puede difundir y propagar las ideas, propuestas, etc. a la ciudadanía, y de esta forma lograr acceder al poder.

Castlles (2009) concibe el poder político como esa capacidad que se ejerce sobre la mente humana a través de lo que él llama redes de comunicación. A través de la comunicación, la política busca de alguna forma valerse de los medios para incidir en los sujetos y de esta manera estar en la capacidad de moldear las mentes usando diferentes dispositivos comunicacionales, con el único objetivo de alcanzar el poder político.

Dentro de la política, la comunicación se convierte en un eje transversal y fundamental, ya que es mediante ésta que los seres humanos pueden interactuar con su entorno social.

Una vez definida todas estas nociones en torno a la comunicación y específicamente al poder político, debemos comprender que la comunicación y la política están ligadas, para poder conocer más de un partido político o de un plan de gobierno de A o B movimiento, es indispensable que estos usen diversos medios o canales mediante los cuales la ciudadanía pueda informarse.

La comunicación siempre ha estado relacionada a la política, y los medios de comunicación han sido la plataforma por excelencia para difundir y comunicar las diferentes posturas políticas e ideológicas.

Y la comunicación de masas, la comunicación que puede llegar a toda la sociedad, se conforma y gestiona mediante relaciones de poder enraizadas en el negocio de los medios de comunicación y en la política del estado. El poder de la comunicación está en el centro de la estructura y la dinámica de la sociedad (Castells, 2009, p. 23).

La política es fundamentalmente mediática; las organizaciones, los líderes sociales o políticos, sindicatos, entre otros, que no tienen presencia en los medios de comunicación simplemente no existen para el público.

Por tanto, sólo aquellos que consiguen transmitir sus mensajes a los ciudadanos tienen la posibilidad de influir en sus decisiones de forma que les lleve a posiciones de poder en el estado y/o a mantener su control en las instituciones políticas (Castells, 2009, p. 262).

Como ya se mencionó, comunicación y política están intrínsecamente relacionados, es en este espacio donde, se generan los debates y se dan las luchas constantes por alcanzar el poder. “Los medios de comunicación constituyen el espacio en el que se deciden las relaciones de poder entre los actores políticos y sociales rivales” (Castells, 2009, p. 263).

Uno de los instrumentos claves dentro de la política, es la emisión de información constante como instrumento decisivo para alcanzar el poder, por eso uno de los momentos claves de la política, son las campañas electorales ya que es justo en este momento donde se genera la opinión pública, y es en este espacio donde se alcanza o pierde el poder. “Los medios de comunicación dan a conocer a los líderes y se exhiben en sus enfrentamientos, victorias y derrotas, porque las narraciones necesitan héroes (el candidato), villanos (el rival) y víctimas que hay que rescatar (los ciudadanos)” (Castells, 2009, p. 272)

1.3.- Comunicación Política

La comunicación política es un concepto relativamente nuevo como afirman algunos expertos. Este nuevo concepto se desarrolló bajo la lógica de las dinámicas sociales, con el objetivo de organizar a la sociedad y la conformación del Estado.

La política se ha desarrollado valiéndose de la comunicación, esto con el único objetivo de poder llegar a los sujetos, convencerlos, influenciar en ellos, entre otras cosas, para buscar a través de esto, la aceptación de los sujetos, sobre determinados temas, como: un modelo económico. Político, etc. “La comunicación política es, a pesar de sus defectos, la condición para el funcionamiento de lo político, lo contrario de su degradación, el factor de organización de la irracionalidad política en un contexto comunicacional” (Maigret, 2005, p. 348).

Es importante reconocer el papel que juegan los medios de comunicación en la construcción de este nuevo concepto “comunicación política”; ya que constituyen un factor poderoso que incide en la forma de pensar y actuar de los individuos.

Se puede entender y analizar a la comunicación política desde el ámbito del intercambio de ideas, pensamientos, sentires entre el público (ciudadanos) y los políticos, con lo que se busca que el primero elija al segundo.

La comunicación política en torno a tres elementos que componen el flujo comunicativo: el emisor (todas las formas de comunicación empleadas por los exponentes políticos y otros actores políticos para conseguir determinados objetivos), el receptor (la comunicación dirigida a esos actores por sujetos no políticos, como electores y los periodistas) y el mensaje (la comunicación sobre ellos y sus actividades que aparece en la noticias, los editoriales y otras formas de debate periodístico). (Mazzoleni, 1998, p. 38).

Para entender la comunicación política es necesario comprender la relación de cada uno de sus elementos: los políticos, los medios de comunicación y los ciudadanos, cada uno estos elementos componentes juega un rol importante en la construcción de este complejo concepto. “La comunicación política como el intercambio y la confrontación de los contenidos de interés público-político que produce el sistema de los medios y el ciudadano-elector. (Mazzoleni, 1998, p. 36).

El rasgo característico, y específicamente donde radica la diferencia entre “comunicación política” y “comunicación”, recae en la interacción de opiniones sobre los asuntos que interesan al gobierno y a los ciudadanos; de otra manera si no se cumple con esto, es mera comunicación. “La comunicación política impregna la actividad política hasta el punto de que casi todos los comportamientos políticos implican, el recurso o alguna forma de comunicación. (Mazzoleni, 1998, p. 38).

La comunicación política difícilmente no puede prescindir de los medios de comunicación, ya que es en este espacio donde los políticos, líderes sociales, organizaciones sociales, movimientos, pueden ver concretados sus planes en busca del acceso al poder.

La comunicación política es el producto de la interacción y de la competición entre distintos autores en el espacio público mediatizado. La mediatización de la política, como se explicaría más tarde, no es sólo el recurso masivo a los medios, sino un proceso que modifica las

formas y la sustancia de la comunicación entre los tres actores: la comunicación entre candidato y elector, el debate intrapartido e interpartido, los rituales, los símbolos y los lenguajes políticos y la elaboración y la propaganda de la oferta política; en resumen, todos los contenidos de la confrontación competitiva que constituye la vida política mediatizada (Mazzoleni, 1998, p. 30).

La comunicación política, atribuye a la comunicación un nuevo elemento; el de “opinión pública”, elemento que se vuelve indispensable para el sano desarrollo de las sociedades, ya que es a través de la opinión pública que el gobernante puede conocer y sondear sus niveles de aceptación.

1.4.- Medios de comunicación e influencia mediática

En este apartado resulta indispensable analizar los medios de comunicación, su rol dentro de la sociedad y la influencia que ejercen dentro de la misma.

Con el surgimiento de los medios de comunicación, las dinámicas sociales fueron tomando otro camino, la sociedad empezó a entrar en una nueva era, la de la información. Los medios de comunicación se convirtieron en ese elemento que permite que la sociedad conozca lo que sucede alrededor del mundo.

Actualmente los medios de comunicación son fuente de información, ya que son estos los que generan temas de interés mediante la agenda mediática. Por esto es importante entender el rol que los medios de comunicación juegan dentro de una sociedad y la influencia que ejercen los mismos.

Los medios de comunicación han aparecido como instrumentos indispensables para la gestión gubernamental de las opiniones, tanto de las poblaciones aliadas como las de sus enemigos, y, de forma general, han avanzado considerablemente las técnicas de comunicación, desde el telégrafo y el teléfono al cine, pasando por la radiocomunicación (Mattelart, 1995, p. 28).

Los medios de comunicación han sido canales fundamentales para difundir ideología a la ciudadanía. En procesos electorales es donde más se puede evidenciar el rol que juegan los medios de comunicación, ya que son estos los encargados de difundir propuestas de candidatos, planes de gobierno, entre otros. “Las Elecciones están mucho más influenciadas por los líderes de opinión que por las publicidades de las revistas o de las emisiones de radios, en particular en el campo de los bienes de consumo” (Maigret, 2003, p. 131).

Estudios revelan la influencia que ejercen los medios de comunicación específicamente en los procesos electorales, a través de la difusión de mensajes, que estos emiten. “Los medios, disponen de la facultad de seleccionar los símbolos y de influir en los actos políticos”. (Mazzoleni, 1998, p. 32).

Con el devenir del tiempo los medios de comunicación han adquirido diferentes roles dentro de la sociedad.

Se parte del presupuesto, ya establecido por E. Verón, de que los medios de comunicación de masas son las instituciones que modernamente construyen la realidad que damos como válida para controlar nuestro entorno; hay que precisar que incluso la información puede ser ficcional, aunque conserve siempre su carácter referencial (Roiz, 2002, p. 188).

Los medios de comunicación adquieren importancia, por el rol que desempeñan. Dentro de estos roles se encuentra la generación de contenidos, lo que les permite crear imaginarios y actuar en la mente de los sujetos.

Los medios de comunicación considerados como el cuarto poder, pero además los medios de comunicación son espacios desde donde se construye, se afianzan, y se reproduce el poder. Los medios impregnan la vida de los sujetos, y actualmente la vida gira entorno a estos. “Los medios se han instalado en forma definitiva e irreversible en la vida de las personas, no respetan culturas, ni fronteras, son un hecho objetivo de la cultura moderna, tenemos que vivir con ellos” (Ogaz, 2008, p. 20).

Los medios de comunicación son generadores de opinión pública, construyen, conducen y transmiten la realidad desde su interés, esto porque los medios responden

a una corriente ideológica, evidenciándose así en cada uno de los contenidos que transmiten.

Todos los medios, tanto los vinculados a establecimientos oficiales como los privados conducen, llevan implícita e inevitablemente fragmentos de las ideologías de sus emisores, sean grupos de presión, centros de decisión, personajes poderosos, líneas editoriales, periodistas ilustres o corporaciones comunicadoras (Roiz, 2002, p. 254).

Es importante reconocer los cambios vertiginosos que se generan en la sociedad, los medios de comunicación se han convertido en una pieza clave en las nuevas formas organizativas.

Las viejas formas orgánicas de representación revelan una sensible brecha entre los ciudadanos y las instituciones políticas provocando la apertura de nuevos canales de participación ciudadana y la repotenciación de la Sociedad Civil, permitiendo que los medios de comunicación se conviertan en un factor determinante en la estructuración del espacio público moderno (Gallegos, 2007, p. 7)

1.5.- Percepción

Este concepto al igual que muchos otros, ha ido evolucionando con el devenir del tiempo. La percepción está estrechamente relacionada con algunos elementos; los estímulos, la información y el aprendizaje. Se la puede analizar y relacionar, como un dispositivo que permite al ser humano sobrevivir, adaptarse, socializar, convivir, dentro de un espacio; el ser humano recibe información de su entorno, codifica cada uno de los elementos, y esto le permite actuar y desenvolverse.

Como ya mencionamos anteriormente, percepción y estímulos van de la mano: a través de la estimulación ponemos en juego nuestros sentidos, mediante los cuales obtenemos información de nuestro entorno, la cual se codifica en el cerebro, y esto nos permite generar una respuesta.

Una de las características que componen este concepto, es el de subjetividad, como ya sugerimos, los estímulos son un elemento parte de la percepción, y estos varían de un individuo a otro; y al ser un acto estrictamente subjetivo, el individuo elegirá que hechos o elementos de su entorno percibir, o a que hechos dará más importancia.

A través de los estímulos el individuo crea una imagen mental, una idea, a este proceso se lo puede denominar percepción.

Existen ciertos factores que forman parte de este concepto, tales factores son: los intereses, actitudes, valores, necesidades, entre otros.

¿Que implica el proceso de percepción?: implica atención, organización, interpretación e integración, de todos los estímulos recibidos. El proceso de percepción se produce a través del procesamiento de los estímulos mediante los órganos sensoriales, los cuales son interpretados por el cerebro.

1.6.- Psicología Social

Almagia (1998) en su texto Psicología Social define a la Psicología Social como la ciencia encargada de analizar la forma en la que las personas piensan, y como estas influyen y se relacionan con las demás.

Esta rama de la psicología está compuesta por tres elementos, que son: pensamiento social (actitudes, creencias, juicios), influencia social (cultura, grupos de personas) y relaciones sociales (prejuicios, atracciones, agresiones, entre otros).

Allport (1954) entiende este concepto, como la influencia que ejerce el entorno social sobre los sujetos, individuos, y cómo ésta afecta el comportamiento, la conducta de los sujetos; esta rama de la psicología busca analizar cómo el ser humano influye y es influenciado; para esta corriente de pensamiento, individuo y sociedad son dos elementos claves.

El foco de interés de esta corriente de pensamiento es básicamente, el análisis de las interacciones e influencias sociales que se generan entre sujetos. Esta ciencia

busca comprender cómo los pensamientos y la conducta de los sujetos, se ve influenciada por otros individuos.

Como ya establecimos anteriormente, la Psicología Social será la encargada de analizar y comprender las formas en las que los sujetos se relacionan y todos los factores que ello implica.

Alamagia (1998) concluye que la Psicología Social examinará particularmente la vida de los individuos, como un sistema de interacción humana, conformado por mecanismos y procesos de comunicación, a partir de los cuales se establecen normas de convivencia y por ende se crean relaciones.

Queda claro que la Psicología Social estudia la acción de las personas individuales y su aspecto social.

1.7.- Percepción Política:

La percepción política depende de un factor fundamental o de un hecho clave, la cultura política que cada uno de los sujetos, ciudadanos, individuos pueda tener.

La percepción básicamente se forma cada uno de los sujetos y la percepción política es la facultad de cada sujeto de interpretar la realidad según su formación, capacidad, necesidad, cultura, entre otros.

Una de los elementos que componen la percepción son los estímulos. Las personas segmentan la oferta informativa de acuerdo a sus intereses y necesidades y es en función de esto que cada ciudadano interpreta de diferente manera la realidad política de su estado o país.

De acuerdo a lo ya antes mencionado los flujos de estímulos son generados por políticos, gobernantes, sociedad civil, y por los medios de comunicación. Los sujetos pueden aceptar o rechazar estos estímulos ya sea por sus, intereses, disposiciones, necesidades, aprendizajes, identificación política, o por sus niveles de información, y es mediante estos mecanismo que se construye la percepción en cada uno de los individuos.

En este sentido los medios de comunicación juegan un papel preponderante, ya que inciden a través de los estímulos que emiten con el objetivo de modificar o consolidar ciertos pensamientos dentro de las y los ciudadanos sobre determinados temas de interés.

1.8.- La percepción como interaccionismo simbólico

Los seres humanos interactuamos usando símbolos, los mismos que adquieren un significado mediante el proceso de interrelación con otros sujetos.

La expresión “interacción simbólica” hace referencia, desde luego, al carácter peculiar y distintivo de la interacción, tal como ésta se produce entre los seres humanos. Su peculiaridad reside en el hecho de que éstos interpretan o “definen” las acciones ajenas, sin limitarse únicamente a reaccionar ante ellas. Su “respuesta” no es elaborada directamente como consecuencia de las acciones de los demás, sino que se basa en el significado que otorgan a las mismas. De este modo, la interacción humana se ve mediatizada por el uso de símbolos, la interpretación o la comprensión del significado de las acciones del prójimo. En el caso del comportamiento humano, tal mediación equivale a intercalar un proceso de interpretación entre el estímulo y la respuesta.” (Blumer, H, 1982, p. 59,60)

Mediante la interacción simbólica los sujetos pueden compartir información, ideas, opiniones, sentires, lo que permite generar entendimiento entre los individuos

Blumer (1982) considera y comprende al interaccionismo simbólico, como la base en la que se sustentan y se fundamenta las relaciones sociales, esta corriente de pensamiento destaca y reconoce que la vida social está caracterizada por el uso de símbolos.

Uno de los procesos importantes, considerados dentro de esta corriente, es la interacción social, espacio donde se adquiere la capacidad de interpretar los símbolos, que son utilizados en los procesos de interacción entre sujetos.

Para el interaccionismo simbólico, la lengua está compuesta por una serie de símbolos, los cuales se instituyen, solo mediante la interacción social.

Una de las características básicas del interaccionismo simbólico, es que mediante los símbolos los sujetos son capaces de percibir su entorno.

CAPÍTULO 2

Elementos constitutivos del Estado

2.- Política

Para entender todo lo que implica este concepto, debemos concebir a la política como la lucha entre los sujetos por la obtención del poder. El principio base de este concepto es el acceso al poder. “Hoy hay plena conciencia de que la política tiene que ver con el ejercicio del poder en un espacio público, y de que el desempeño del mismo está constreñido por reglas que son concebidas como instituciones” (Sánchez, 2008, p.12).

El tema de la política está marcado por un fuerte sentido de diferenciación de ideas, saberes, sentires, etc, entre los sujetos, lo que deriva en una pugna o lucha constante por establecer un pensamiento único dominante.

Sánchez Agesta resume las orientaciones del concepto de la política en tres grupos principales: a) la política es actividad que crea, desenvuelve o ejerce poder; b) la política es lucha, guerra, disyunción. Los partidarios del darwinismo o evolucionismo social conciben la política de esa suerte. La ley de la política viene a ser así la “selección”, el triunfo del más fuerte, la “esencial enemistad”, la distinción entre el amigo y el enemigo; c) la tercera significación, la más alta y clásica, es la de Aristóteles, que considera la política como actividad del Estado tendiente a la consecución del bien común (Tobar, 1981, p. 11).

La política está marcado por una clara diferenciación entre quien detenta el poder (gobernante) y quien obedece (gobernado); si no existiese ésta marcada diferenciación, simplemente no existiría la política.

En la decisión política de un sujeto se conjugan diversos sentimientos y emociones característicos del ser humanos y que al momento de elegir influyen de alguna manera.

Así pues, la emoción influye en la opinión política de dos formas: a) La lealtad a los partidos, candidatos o líderes de opinión basada en el apego a dichos líderes (cuando las circunstancias son conocidas). b) Un examen crítico de los partidos, candidatos o líderes de opinión basado en cálculos racionales influidos por una mayor ansiedad (cuando las circunstancias son desconocidas) (Castells, 2009, p. 205).

Muchas de las veces la política se convierte en un tema de actitudes y prácticas, donde los sujetos pueden compartir este tipo de actitudes o prácticas y si estas cambian, los sujetos también, re-direccionando sus intereses según sea el caso.

“Así pues, la esperanza es un componente clave de la movilización política” (Castells, 2009, p. 207). Este sentimiento del que nos habla el autor hace referencia, al sentido de cambio, de transformación que espera el sujeto cuando deposita la confianza en un político.

2.1.- Estado

“El estado es una comunidad humana que reivindica (con éxito) el monopolio del uso legítimo de la fuerza física en un territorio determinado” (Castells, 2009, p. 41)

El concepto de Estado a lo largo de la historia se ha ido modificando y ha transmutado con el devenir del tiempo; debemos entender este concepto como un fenómeno en constante evolución.

El Estado es ese espacio donde se conjugan y confluyen las relaciones de poder entre los sujetos. “Las doctrinas de la fuerza que conciben el Estado como dominio de los poderosos sobre los débiles” (Tobar, 1981, p.225). Esto quiere decir que el Estado es ese espacio donde se generan luchas constantes de poder, donde la clase dominante obtiene el consenso de los gobernados.

La fórmula que en este caso mejor describiría el surgimiento del Estado es: Estado=Poder; la única manera de organizar a los sujetos dentro de un espacio es a través del ejercicio del poder.

El Estado es fuerza material, cualquiera que sea su origen: es y permanece un simple hecho que consiste en una “diferenciación entre gobernantes y gobernados”, los primeros mandan porque tienen en sus manos el poder y los segundos obedecen porque carecen de él (Tobar, 1981, p.77).

Uno de los elementos característicos para la constitución de un Estado es la conformación de instituciones, las mismas que permiten, la regulación y conservación del orden dentro de un espacio determinado. El Estado mediante la conformación de las instituciones pretende regular la organización de los sujetos dentro del territorio.

“Es, en fin, el Estado la sociedad política independiente de toda otra, que posee al efecto territorio privativo y facultades decisorias de última instancia” (Tobar, 1981, p. 95). Es innegable que el Estado es la expresión máxima del poder, del control sobre los sujetos.

2.2.- Derecho

El objetivo de este apartado es poder visibilizar los diferentes modos desde los cuales puede ser abordado este concepto. Para comprender este concepto, creo que es oportuno remitirnos a la etimología de esta palabra.

En primer lugar, decimos derecho lo recto. La palabra derecho, cuya etimología es la misma en casi todas las lenguas romances y aún en otras de diverso origen, tiene su principio lejano en el vocablo sánscrito *driva*, del cual se dice que se derivó el latino *directum*, *rectum*, que “evoca una idea de conformidad con la línea recta, de rectitud física o moral (Tobar, 1981, p.13).

El derecho es esa cualidad inherente de los seres humanos, es ese mecanismo que permite la convivencia armónica entre los individuos.

El Derecho, como ese elemento constitutivo de los seres humanos, surge bajo la necesidad de regular las relaciones dentro de las sociedades, para armonizar las relaciones, y de esta manera encaminarlas en el sentido ya antes definido y desde la concepción del derecho como lo justo. “El derecho es el arma de la autoridad, la defensa de los súbditos, la medida de las relaciones entre individuos y asociaciones” (Tobar, 1981, p. 16).

En este sentido la palabra derecho se la debe entender desde varias perspectivas, sin embargo cumple un determinado rol; todos los derechos han sido institucionalizados con el objetivo de garantizar a la humanidad, a los estados, naciones, países, entre otros, alcanzar el pleno desarrollo.

El derecho es social por su origen y por su destino, porque, si bien se fundamenta en la naturaleza humana, surge con la sociedad y es medio para la ordenada convivencia entre los hombres y la realización plena de su destino (Tobar, 1981, p. 16).

Son los sujetos destinatarios directos de los derechos quienes se benefician de la existencia de estos; pero a su vez son estos sujetos destinatarios quienes deben dar fiel cumplimiento a estos derechos. “El derecho señala los medios de que cada individuo a de disponer para la consecución de su destino, y, en consecuencia, para el cumplimiento de sus deberes” (Tobar, 1981, p. 15).

El derecho es ese mecanismo que permite canalizar y manejar los conflictos que se pueden suscitar dentro de una sociedad. “En este sentido puede definirse el derecho como la colección de principios y reglas a que están sujetas las relaciones humanas en la sociedad civil” (Tobar, 1981, p. 13). El Estado juega un rol importante para el cumplimiento, ejecución y garantía de los derechos, es ese ente que vela por el cabal cumplimiento de estos.

2.3.- Democracia

Antiguamente el concepto democracia era mal visto, es a partir del siglo XIX que este término empieza a ser usado con un significado elogioso. “Para Aristóteles, la democracia era el gobierno de la muchedumbre, en su propio beneficio; es decir, en defensa de intereses particulares, aunque se tratase del sector más populoso” (Zambrano, 2012, p. 65).

Este concepto está relacionado directamente con el poder del pueblo, y es sobre la base de este y a través de las elecciones como se logra legitimar el poder institucionalizado. “Defínase la democracia política, en cuanto forma de Poder, como el régimen en que el gobierno es ejercido o elegido por la masa de los individuos del Estado” (Tobar, 1981, p. 354).

La idea de democracia estaba estrechamente relacionada con el pueblo, con el ciudadano común, quien a través del sufragio expresaba afinidad por determinada persona a quien creía con la capacidad de conducir un estado, país o nación.

La interpretación más común de democracia, desde el punto de vista político, es aquella que sitúa su esencia en la capacidad que tienen los ciudadanos de un país de escoger sus gobernantes libremente, mediante la expresión del voto personal. En esta definición el pueblo es la fuente del poder que lo ejercen vicariamente los representantes que libremente hubiera escogido (Proaño, 1989, p. 106).

La democracia debe ser entendida como una entidad política, un Estado, un Gobierno, como una forma de vivir, una condición de vida de las sociedad.

Resulta indispensable reconocer que alrededor del concepto democracia se han generado diferentes concepciones, por un lado está la democracia participativa, democracia directa, democracia representativa. “En primer lugar, la democracia es un principio de legitimidad. En segundo lugar, la democracia es un sistema político llamado a resolver problemas de ejercicio (no únicamente de titularidad) del poder. En tercer lugar, la democracia es un ideal” (Zambrano, 2012, p. 75).

En los sistemas democráticos el poder es conferido única y solamente por el pueblo. “La democracia ha sido definida como “el estado de un pueblo consistente en que el soberano poder reside en la universalidad de los individuos iguales entre sí ante la ley” (Tobar, 1981, p. 358)

Otra acepción de este término, es el de democracia representativa, esto significa que el ciudadano a través del voto, transfiere el poder a un determinado representante.

La democracia se entiende como derecho igual de los ciudadanos a participar en el gobierno de la ciudad, a ejercer el sufragio u otra forma de actividad pública. En consecuencia, esa noción es menos jurídica y más política que en el Estado moderno, acercándose más a éste la romana que la griega (Tobar, 1981, p. 59)

Otro concepto clave que es necesario analizar dentro de este entramado complejo que resulta ser la democracia es el de mayoría, entendiendo mayoría como el resultado de la decisión del pueblo de elegir a un determinado representante, a través o mediante el sufragio.

Entre los principios característicos de la democracia, en su sentido más amplio, está el de tener como metodología central, en la toma de decisiones, a la “regla de la mayoría”. Ella busca, entre otras cosas, dar efectividad a la soberanía radicada en el pueblo y profundizar en la concepción de un ejercicio descentralizado del poder, pero básicamente, se presenta como una forma de legitimar las decisiones adoptadas y sus efectos respectivos (Zambrano, 2012, p. 75)

Para la consolidación de estados democráticos los medios de comunicación cumplen un rol importante.

La construcción del poder y la consolidación de las democracias obligan a los candidatos y a los gobiernos a establecer una comunicación constante con la sociedad y a abandonar relaciones de tipo jerárquico o autoritario. Para ganar una elección o para hacer un buen gobierno se requiere una visión estratégica para comunicar y una buena capacidad administrativa para poner en práctica esa visión (at al, s/n, p. 7)

2.4.- Participación Ciudadana

El presente apartado tiene como finalidad esclarecer un derecho que por décadas ha sido mantenido en la sombra, pero que sin embargo ha sido un derecho inherente al ser humano: el de la Participación Ciudadana.

Leyes, marcos normativos; creadas por el hombre para el desarrollo de un país reconocen a la participación de la ciudadanía como un eje que permite dinamizar y enriquecer en algunos casos los temas y debates políticos.

En este sentido la Constitución del Ecuador de 2008 plantea en su artículo 61 lo siguiente:

El artículo 61 de la Constitución enumera a los que considera derechos de participación. Así, pueden ser citados: el derecho a elegir y ser elegidos, a participar en asuntos de interés público, a ser consultados, a desempeñar empleos y funciones públicas, estos pueden considerarse como derechos de estructura individual (Zambrano, 2012, p. 98).

Lo esencial y fundamental dentro de las sociedades democráticas, es la participación de los ciudadanos; entre más involucrada la ciudadanía se encuentre dentro de los procesos políticos y de toma de decisión dentro de un Estado, este caminará de mejor manera y será un Estado que propenda en pos de mejoras para sus habitantes.

Pero la participación ciudadana implica desde el punto de vista:

La participación en función pública de tanta seriedad como el sufragio, reclama mayor aptitud, sin duda, que para el ejercicio de aquellos derechos. Por consiguiente, no se justifica la anticipación de la edad electoral a la fijada para la mayoría civil. Sin embargo, según observan Barthelemy y Duez, la reducción de la edad electoral varía en función del desenvolvimiento democrático. Por esto, los partidarios han sido favorables o no a la reducción de la edad de mayoría cívica, según que aumente o mengüe su clientela electoral, respectivamente (Tobar, 1981, p. 397)

La participación ciudadana no debe ser comprendida solo como el mero acto de acudir a las urnas a ejercer el voto; para varios autores que han tematizado sobre este concepto, lo entienden como la lucha por la inclusión y la búsqueda del reconocimiento y garantía de los derechos.

En este sentido, la participación ciudadana implica desde el punto de vista de Tobar (1981) tener un sentido crítico, que permita a través de una participación activa de la ciudadana intervenir en los espacios de toma de decisión, que generen aportes claros, para el sano desarrollo de las sociedades, de los países, estados, naciones.

La participación ciudadana es ese mecanismo de intervención por medio del cual los sujetos inciden en la formación de la voluntad sobre las decisiones que exceden el ámbito del Estado-Nación.

Esta forma de organización individual o colectiva de los sujetos, es una manera de involucrarse en los aconteceres políticos y en las decisiones que se toman en un país. El objetivo de la participación ciudadana radica en buscar a través de la intervención en los espacios de toma decisión, mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

También es importante reconocer a la participación ciudadana como un proceso de organización de los sujetos en el seno de la sociedad, en aras de hacer

reconocer sus derechos, necesidades, demandas, etc; y como un dispositivo de exigibilidad para crear políticas que permitan y busquen el pleno desarrollo de cada uno de las y los ciudadanos.

Por último, la participación ciudadana deber ser entendida como una manera de organización de los individuos que buscan hacer escuchar su voz y hacer valer y respetar sus derechos, además de ser el instrumento potencial por medio del cual las y los jóvenes pueden generar cambios positivos.

2.5.- Voto Facultativo

Dentro del marco constitucional de la República del Ecuador 2008 en su artículo 62 se establece:

Art. 62.- Las personas en goce de derechos políticos tienen derecho al voto universal, igual, directo, secreto y escrutado públicamente, de conformidad con las siguientes disposiciones:

1. El voto será obligatorio para las personas mayores de dieciocho años. Ejercerán su derecho al voto las personas privadas de libertad sin sentencia condenatoria ejecutoriada.
2. El voto será facultativo para las personas entre dieciséis y dieciocho años de edad, las mayores de sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad (Constitución del Ecuador, 2008, pag 45,46)

Esto quiere decir que el voto es facultativo, opcional, para los jóvenes de edades comprendidas entre los dieciséis y dieciocho años de edad, son estos jóvenes quienes tienen la capacidad de decidir si emiten o no su voto, sin caer o incurrir en alguna infracción o ser sancionados, por este motivo, ya que en ellos no es obligatorio.

Ahora bien, el voto constituye la expresión del ciudadano hacia el político, mediante el cual demuestra su orientación y afinidad a determinadas propuestas y políticas planteadas. “El sufragio popular constituye la característica formal de la democracia indirecta, como medio de selección de los principales oficios del Estado y singularmente, de los miembros de las asambleas deliberantes”. (Tobar, 1981, p. 397).

Debemos considerar al voto como el dispositivo a través del cual las y los ciudadanos legitiman y legalizan la representación de un país o un estado, dentro de los sistemas democráticos, este elemento que es parte de la democracia, se convierte en ese vínculo entre el ciudadano y la política, además es una forma de participación en los asuntos públicos y políticos de un País o Estado.

Hauriou considera el sufragio derecho individual mediante el cual cada ciudadano participa en la organización política del asentamiento y de la confianza, pero derecho “doblado de un deber cívico que entrañaba la obligación de votar” (Tobar, 1981, p. 399)

CAPÍTULO 3

Análisis y Resultados

3.- Metodología y Diseño de la Encuesta

Para poder realizar este estudio he recurrido a la técnica de la encuesta como ese método que nos permite obtener información empírica sobre determinadas variables que se requieren investigar, para poder realizar un análisis de este fenómeno en cuestión.

Para ser lo más precisos posible, se planteó una encuesta, que se aplicó a nuestro público objetivo, y la cual permitió levantar información acerca del conocimiento de los jóvenes sobre el tema concerniente a nuestro trabajo (comunicación, política, medios de comunicación, influencia mediática), y de esta manera poder profundizar más el tema.

Los resultados de esta encuesta nos permitirán conocer con mayor rigor la situación de los jóvenes con respecto a la política, a los medios de comunicación y como perciben estos dos elementos para la construcción de una participación política crítica, reflexiva y consciente.

En la construcción de la encuesta se ha buscado obtener los datos lo más precisos posibles, se ha analizado cada una de las preguntas, las cuales nos han permitido obtener una muestra del estado de la materia, en este caso, la situación de los jóvenes de 16 años.

Bermúdez (2013) Para sacar el resultado de las encuestas se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$\% = \frac{F \times 100}{N}$$

- F= Número de veces que se repite el dato
- 100= Constante de la Muestra

- N= Total de datos de la muestra

3.1.- Resultados de la Encuesta

Pregunta 1.-

¿Estás de acuerdo con la implementación del voto facultativo en los jóvenes de 16 años?

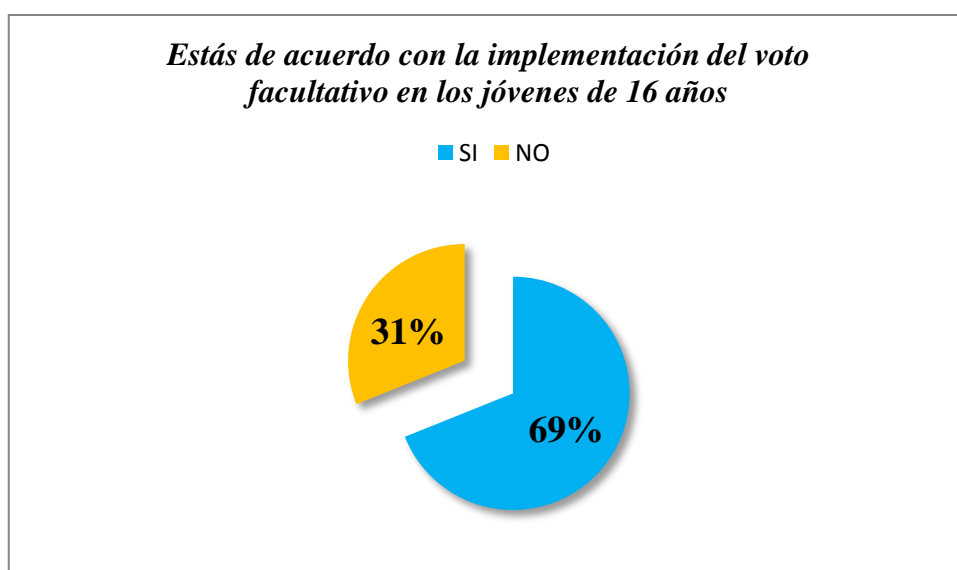


Figura 1. Porcentaje de jóvenes que están o no de acuerdo, con la implementación del voto facultativo en el Ecuador

En la pregunta número 1 ¿Estás de acuerdo con la implementación del voto facultativo en los jóvenes de 16 años?; de las 74 encuestas aplicadas a los alumnos del Colegio Mejía de la ciudad de Quito, 51 de ellos lo que representa el 69%, dicen estar de acuerdo con la implementación de esta facultad que les concede el Estado; mientras que 23 estudiantes que representa el 31%, dice no estar de acuerdo con la implementación de mencionado derecho.

Pregunta 2.-

¿Crees que el voto facultativo contribuye a crear una cultura de participación y fortalecimiento de la ciudadanía?

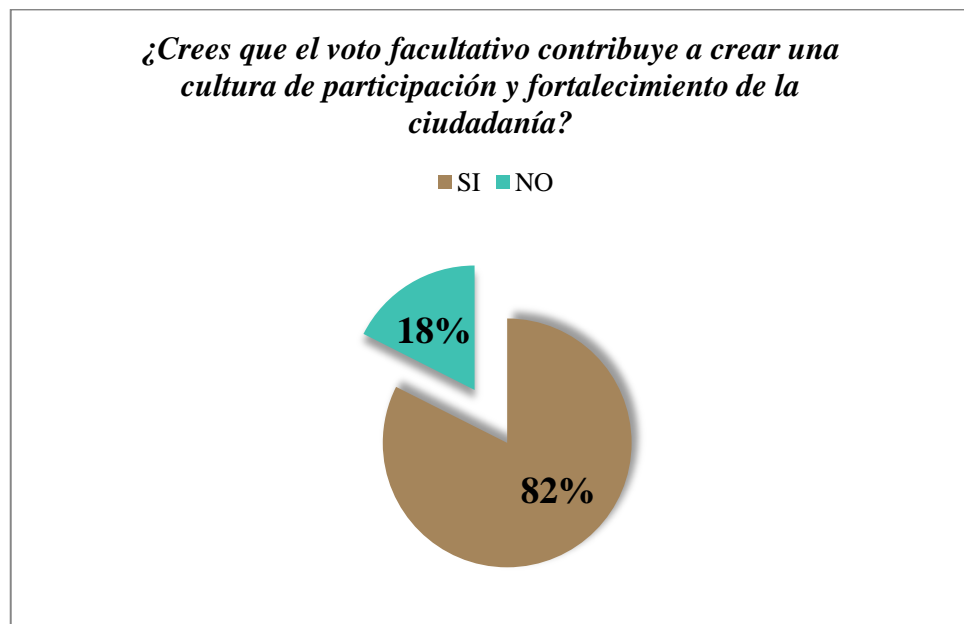


Figura 2. Porcentaje de jóvenes que creen o no, que el voto facultativo y su participación ayudan a fortalecer los procesos democráticos en el Ecuador.

La segunda pregunta de esta encuesta se refiere: ¿Crees que el voto facultativo contribuye a crear una cultura de participación y fortalecimiento de la ciudadanía?; 61 estudiantes, el 82%, cree que la participación en el ámbito público ayuda a fortalecer los procesos de incidencia en los espacios de toma de decisión, mientras que la otra parte restante; 13 de los estudiantes, el 18%, cree que a través del voto no se pueden fortalecer los procesos de participación e incidencia en el ámbito político.

Pregunta 3

¿Crees que los medios de comunicación influyen en la toma de decisión?

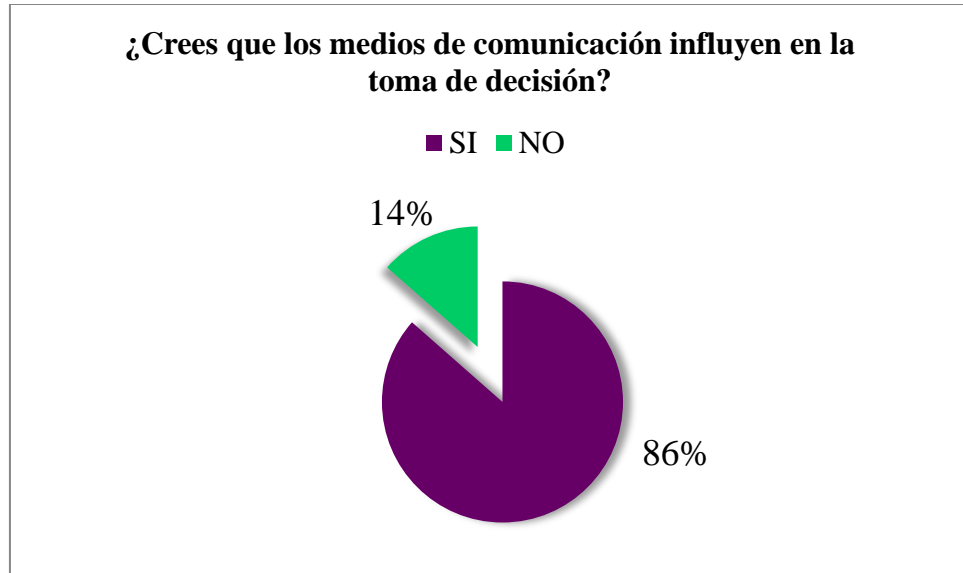


Figura 3. Influencia de los medios de comunicación en la toma de decisión de los jóvenes.

La pregunta tres: ¿Crees que los medios de comunicación influyen en la toma de decisión?; el 86% de los estudiantes considera que los medios de comunicación son actores importantes en la toma de decisión y elección de un candidato; el 14% del estudiantado, considera que los medios no influyen en la toma de decisión.

Pregunta 4

¿Qué medios usas para informarte sobre las propuestas de los candidatos?

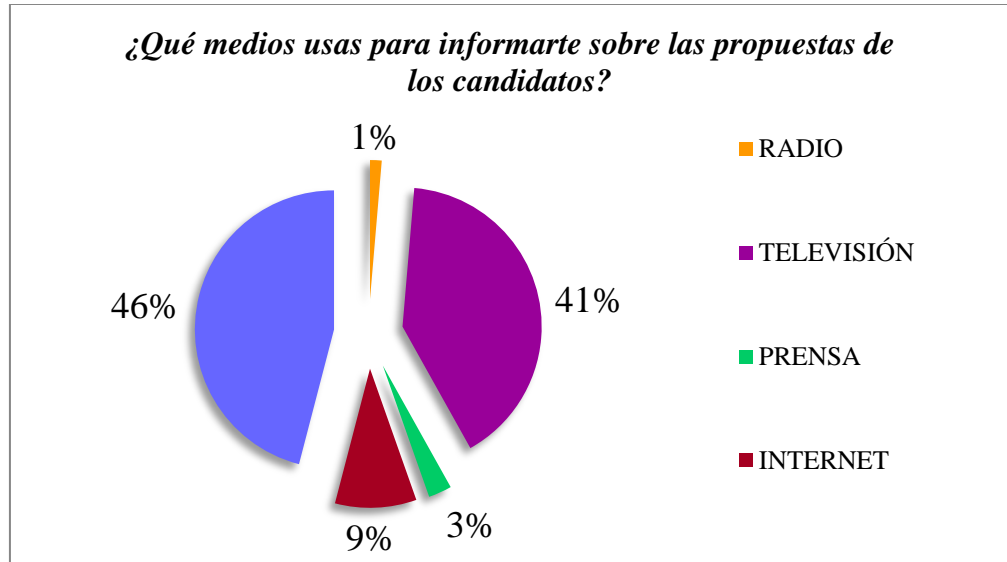


Figura 4. Uso de medios para conocer más sobre candidatos

En la cuarta pregunta de la encuesta consultamos sobre: ¿Qué medios usas para informarte sobre las propuestas de los candidatos?; nos encontramos con el dato de que el 46% de los alumnos usa más de un medio para informarse sobre política, esto es radio, televisión, prensa, internet; mientras que el 41% de los estudiantes prefieren la televisión, como medio de información sobre los candidatos y sus propuestas; el 9% de los estudiantes utilizan el internet para consultar sobre los candidatos y sus propuestas, el 3% recurre a los medios impresos para informarse, y tan solo el 1% de los estudiantes encuestados se valen de la radio como medio para conocer e informarse sobre los candidatos.

Pregunta 5

¿Te interesa la política?



Figura 5. Interés de los jóvenes por la política.

La quinta pregunta de esta encuesta está enfocada en conocer: ¿Te interesa la política?; al 59% de los estudiantes de esta institución no les interesa la política, mientras que al 41% de los estudiantes sí les interesa la política.

Pregunta 6

¿De qué manera te influyen los medios?

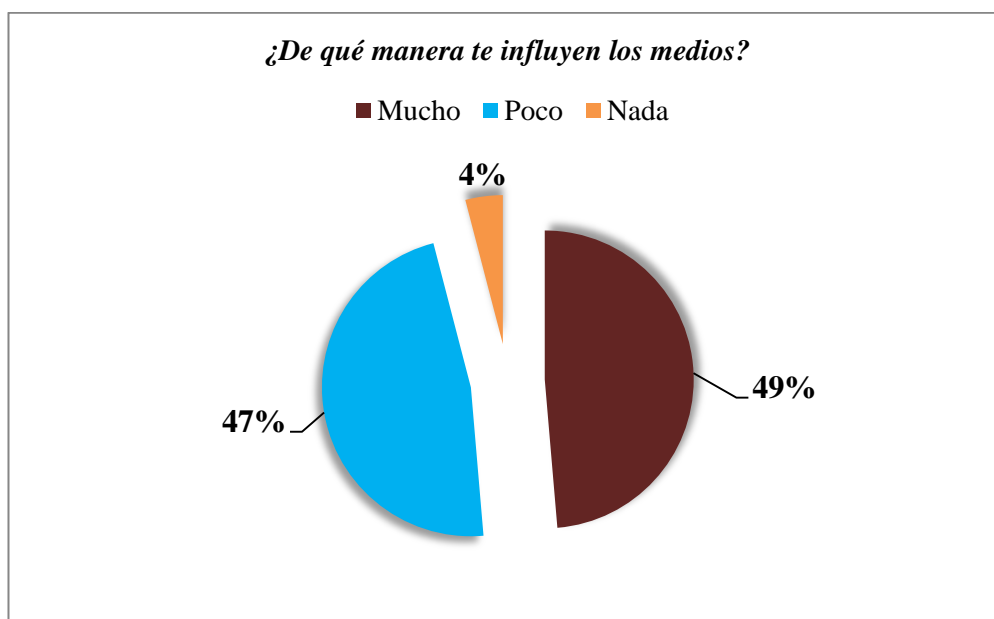


Figura 6. Nivel de influencia de los medios de comunicación

La pregunta seis de esta encuesta es la siguiente: ¿De qué manera te influyen los medios?; el 49 % de los jóvenes manifiesta que los medios de comunicación influyen totalmente en sus vidas, mientras que el 47% declara que poco influyen los medios, y tan solo el 4%, siente que para nada los medios de comunicación influyen en sus vidas.

Pregunta 7

¿En qué medida afectan los medios de comunicación en tu decisión de voto?

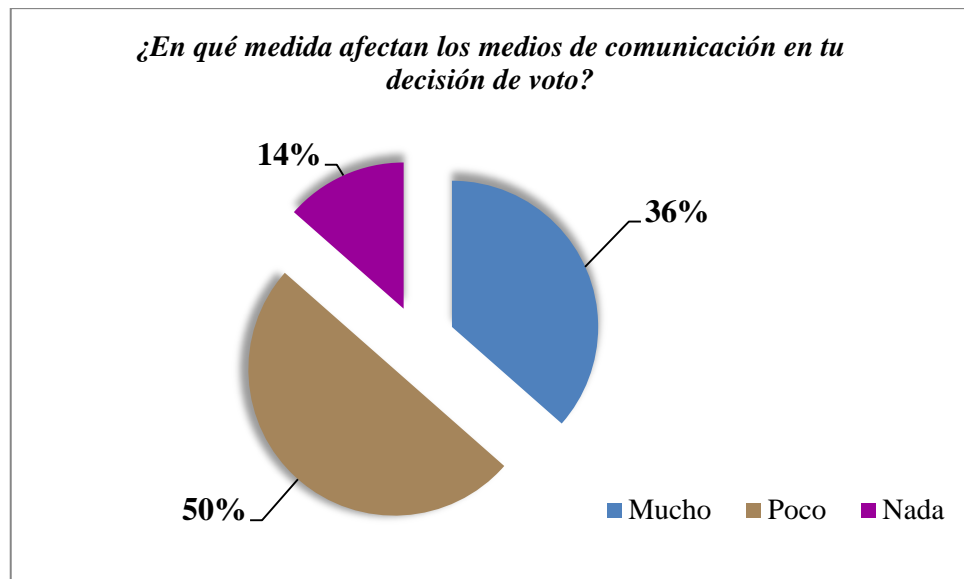


Figura 7. Incidencia de los medios en los jóvenes, para la toma de decisión.

La última pregunta se refiere a: ¿En qué medida afectan los medios de comunicación en tu decisión de voto?; el 36% de los estudiantes considera que afectan mucho los medios de comunicación en su toma de decisión, el 50% afirma que poco afectan los medios en la toma de decisión; y 14% restante considera que no afectan de ninguna manera en la toma de sus decisiones políticas.

3.2.- Interpretación General

De acuerdo a la encuesta planteada hemos agrupado las preguntas, que de alguna manera se relacionan; una vez realizado este ejercicio, podemos ver claramente que un alto porcentaje de jóvenes está de acuerdo con la implementación del voto facultativo, es decir el voto opcional para quienes tienen 16 años de edad, y afirman que a través de este derecho, reconoce en el marco constitucional del país, se puede fomentar una cultura participativa y fortalecer su rol como ciudadanos.

Otro aspecto a destacar, y que tiene una fuerte relación con la implementación de esta norma, es el interés que los jóvenes tienen por la política. Según los resultados de la encuesta, casi la mitad de los jóvenes encuestados afirman sentirse interesados en la política. Podemos concluir que los jóvenes encuestados están de acuerdo con la implementación de esta ley, que al involucrarse en los

espacios públicos, y al ser parte de la toma de decisión se puede fortalecer su rol como ciudadanos.

En cuanto a los canales o dispositivos que usan los jóvenes para mantenerse informados, específicamente sobre política, encontramos que en su mayoría, estos usan la radio, prensa televisión e internet, además podemos apreciar que los medios de comunicación influyen en la toma de decisión de los jóvenes, e inciden en la toma de decisión política de estos.

De esto último podemos afirmar que los medios de comunicación tienen un rol importante dentro de las sociedades al momento de tomar una decisión y formarse un criterio sobre temas políticos.

CONCLUSIONES

Uno de los principios referenciales que debemos tomar en cuenta, es la idea planteada por Watzlawick, quien afirma dentro de sus escritos, que no se puede no comunicar, todo comunica, esto como uno de los elementos de la comunicación, el mismo que nos da a sobreentender que estamos en constante intercambio de signos, símbolos, entre sujetos.

En este proceso de comunicación permanente entre sujetos, se presenta una constante, la lucha por el poder, la cual se manifiesta a través de la capacidad de influenciar en el otro. En este sentido los medios de comunicación son una fuente mediante la cual se busca incidir en el sujeto.

El modelo funcionalista, preconizado durante el siglo XX, es un modelo que no ha perdido validez, al momento de pensar en las formas de organización de las sociedades. Esta corriente de pensamiento busca cuantificar el impacto que tienen los medios de comunicación en los individuos. Por otro lado debemos comprender que los medios de comunicación, son instituciones que reproducen, perennizan y perpetúan el poder.

Cabe destacar la relación poder y medios de comunicación; resulta necesario distinguir y preponderar esta variable, porque finalmente a lo largo de la historia, medios de comunicación y poder han estado relacionados, tal como lo afirma el funcionalismo.

Como se afirmó en párrafos anteriores, el rol de los medios de comunicación está inherentemente ligado a la política, esto a través de la publicidad o propaganda, o la publi-propaganda; ya que lo que no está en los medios simplemente no existe, los medios de comunicación tienen esta capacidad de construir y transmitir realidades, y de incidir y crear imaginarios sociales.

Debemos reconocer que los medios son un factor poderoso que incide en la forma de pensar y actuar de los individuos.

Ahora en cuanto a la percepción, es esa capacidad que tienen los sujetos de codificar cada uno de los estímulos presentes en nuestro entorno, estos estímulos pueden generarse también a través del uso de dispositivos como: la radio, la televisión, entre otros.

A raíz de la confrontación con esta clase de estímulos el sujeto empieza a construir su realidad y a actuar en la misma.

El interés o desinterés que reflejan los jóvenes está relacionado con la eficacia o ineficacia con la que actúan los estímulos emitidos por los diferentes actores sociales, los medios de comunicación, entre otras muchas.

El nivel de involucramiento que tienen los jóvenes con respecto a los temas públicos o políticos está estrechamente vinculado con la percepción que tienen los jóvenes sobre estos temas, es decir si los políticos o los medios hacen un uso eficaz de signos, símbolos o de un lenguaje que permita seducir a este sector de la sociedad, para de esta manera incentivar o lograr su participación.

La participación ciudadana de los sujetos se deriva de una eficaz aplicación o uso de instrumentos que generen en el sujeto esa necesidad de involucrarse en estos procesos.

En este sentido podemos afirmar que la percepción que tienen los sujetos sobre la política, la cultura, la economía, la construyen el entorno en el que se desenvuelven, los medios de comunicación, la opinión pública, entre otros.

Podemos evidenciar de acuerdo a los resultados arrojados por la encuesta, que los jóvenes del Colegio Mejía de la ciudad de Quito, perciben a la política como un canal eficaz mediante el cual pueden generar cambios que garanticen sus derechos; y a la participación ciudadana como un mecanismo efectivo de denuncia, a través de la cual pueden incidir para la toma de decisiones políticas.

RECOMENDACIONES

El objetivo de este trabajo es dejar sentado un precedente que sirva como insumo para que se siga profundizando en este tema.

Las y los jóvenes tienen derecho a participar en los procesos de toma de decisión, por lo que considero y recomiendo, que se debería implementar campañas educomunicacionales, para incentivar la participación crítica y consciente de los jóvenes de 16 años.

Se deberían crear espacios de debate y reflexión con los jóvenes de 16 años sobre la importancia de ser partícipes de los procesos sociales y políticos dentro de un país.

Es necesario dotar de herramientas teórico-conceptuales, a los y las jóvenes, con el objetivo de configurar sujetos capaces de actuar de manera crítica, consciente e informada.

Es fundamental desarrollar talleres para jóvenes, los mismos que permitirán ir desarrollando en ellos capacidades que les ayude a actuar e incidir en la toma de decisiones que se toman dentro de un país.

LISTA DE REFERENCIAS

- Autores, V. (s/n). *Comunicación Política* (Primera Edición ed.). Quito: "Quipus" CIESPAL.
- Blumer, H. (1982). *El interaccionismo simbólico. Perspectiva y método*. Barcelona: HORA S.A.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder* (Primera edición ed.). Madrid: Alianza Editorial.
- Habermas, J. (1997). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Maigret, É. (2003). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá: Ediciones Fondo de Cultura Económica Ltda.
- Mattelart, A., & Michele Mattelart. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mattelart, A., & Michele Mattelart. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mazzoleni, G. (1998). *La Comunicación Política*. Madrid: Alianza Editorial.
- Paul, W., Helmick, J., & Jackson, D. (1985). *Teoría de la Comunicación Humana. Interacciones, patologías y paradojas* (Cuarta ed.). Barcelona: Herder.
- Proaño, L. (1989). *Comunicación Política: Temas Controversiales* (Primera Edición ed.). Quito: Ediciones CIESPAL.
- Richard, W., & Turner, L. (2005). *Teoría de la Comunicación. Análisis y aplicación* (Segunda ed.). Madrid : McGRAW-HILL.
- Roiz, M. (2002). *La Sociedad Persuasora*. Barcelona : Ediciones Paidós Ibérica.
- Rojas, V. M. (2003). *Competencias en la Comunicación. Hacia las prácticas del discurso* (Primera ed.). Bogotá: Ecoe ediciones.
- Sánchez, F. (2008). *¿Democracia no lograda o Democracia malograda? Un análisis del sistema político del Ecuador 1979-2002*. Quito: FLACSO.
- Serrano, M. M. (2007). *Teoría de la Comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad* (Primera ed.). Madrid: McGraw-Hill.
- Tobar, J. (1981). *Elementos de Ciencia Política* (Cuarta Edición ed.). Quito : Ediciones de la Universidad Católica.
- Zambrano, D. (2012). *Derecho Electoral: Pluralidad Y Democracia* (Primera Edición ed.). Quito .

Serrano, et al. (1981) Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia. Recuperado el 12 de enero de 2015 de:
http://www.uv.mx/personal/paguirre/files/2011/05/teoria-de-la-comunicacion.libro_.pdf

Reyes Montes, María Cristina, O' Quínn Parrales, José Antonio, Morales y Gómez, Juan Miguel, Rodríguez Manzanares, Eduardo. Reflexiones sobre la comunicación política (2011). Recuperado el 22 de marzo de 2015 de:
<http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=67618934007>

Enrique Barra Almagia. Psicología Social (1998) Recuperado el 22 de marzo de 2015 de:
http://www.sibudec.cl/ebook/UDEC_Psicologia_Social.pdf

Bermúdez, Trabajo de Grado (2013) Recuperado el 20 de febrero de 2015 de:
<http://repositorio.cisc.ug.edu.ec/bitstream/123/110/4/PROYECTO%20DE%20GRADO%20-%20DOCUMENTACION%20-%20CAPITULO%203%20GESTOR%20NOTIF.pdf#page=1&zoom=auto,-107,735>

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Estás de acuerdo con la implementación del voto facultativo en los jóvenes de 16 años?	34
Figura 2. ¿Crees que el voto facultativo contribuye a crear una cultura de participación y fortalecimiento de la ciudadanía?	35
Figura 3. ¿Crees que los medios de comunicación influyen en la toma de decisión?	36
Figura 4. ¿Qué medios usas para informarte sobre las propuestas de los candidatos?	37
Figura 5. ¿Te interesa la Política?	38
Figura 6. ¿De qué manera te influyen los medios?	39
Figura 7. ¿En qué medida afectan los medios de comunicación en tu decisión de voto?	40